

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh *financial technology*, *digital marketing*, dan *business creativity* terhadap pengembangan UMKM pada sektor ekonomi kreatif di wilayah DKI Jakarta. Pengukuran dan analisis dalam penelitian ini menggunakan alat bantu *Statistic Program of Social Science* (SPSS) versi 23 dan AMOS versi 24 untuk mengolah data dalam penelitian. Peneliti memprediksi bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM di wilayah DKI Jakarta. Tetapi, setelah dilakukan pengukuran dan analisis terdapat variabel yang positif dan tidak signifikan. Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pengukuran dan analisis pada penelitian ini, yaitu:

1. Variabel *Financial technology* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *digital marketing*. Hal tersebut dapat terjadi karena *financial technology* membutuhkan *digital marketing* sebagai sarana untuk mempromosikan produk dan layanan dari *financial technology* sehingga dapat membantu menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas.

2. Variabel *financial technology* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *business creativity*. Hal tersebut dapat terjadi karena *financial technology* dapat memberikan bantuan berupa akses pendanaan pada suatu bisnis sehingga dapat mendukung kreativitas yang ingin dikembangkan bisnis tersebut.
3. Variabel *digital marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *business creativity*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keberadaan *digital marketing* dapat menjadi sarana dalam pengembangan kreativitas dalam berbisnis karena *digital marketing* membutuhkan suatu konsep konten pemasaran yang mengandalkan kreativitas untuk dapat mempromosikan sebuah produk sehingga dapat menarik perhatian konsumen terhadap produk yang dipromosikan. Selain itu, adanya pembuatan konten pemasaran dapat membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan ide – ide kreatif yang dimiliki untuk dapat dituangkan dalam suatu konsep konten pemasaran.
4. Variabel *financial technology* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa *financial technology* dapat membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha karena *financial technology* memberikan efisiensi kepada pelaku UMKM dalam mengatur keuangan dan menyediakan layanan keuangan berbasis *digital* yang dapat digunakan dalam proses transaksi.

5. Variabel *digital marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM. Hasil tersebut menandakan bahwa *digital marketing* dapat mempengaruhi pengembangan usaha dalam proses pemasaran produk secara *online* sehingga dapat lebih mudah dalam menjangkau target pasar dan memberikan pengaruh langsung terhadap peningkatan pendapatan usaha.
6. Variabel *business creativity* berpengaruh tidak signifikan terhadap pengembangan UMKM. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa *business creativity* tidak mempengaruhi pengembangan UMKM karena beberapa pelaku UMKM hanya melanjutkan usaha tanpa melakukan pengembangan kreativitas pada usaha mereka. Selain itu, terdapat produk – produk yang sudah disediakan pada *vendor* tertentu yang tidak bisa diubah sesuai dengan keinginan pelaku UMKM sehingga ide atau gagasan kreatif tidak bisa terealisasikan pada produk tersebut.
7. Variabel *business creativity* dapat memediasi secara positif dan signifikan variabel *financial technology* terhadap pengembangan UMKM. Hasil pengujian tersebut mengindikasikan bahwa *business creativity* secara tidak langsung memberikan pengaruh pada *financial technology* terhadap pengembangan UMKM. Hal tersebut dapat terjadi karena layanan *financial technology* dapat membantu pembiayaan bagi pelaku UMKM yang tidak memiliki akses perbankan untuk mendapatkan modal tambahan sehingga modal tersebut dapat

digunakan untuk mewujudkan kreativitas dalam usaha yang dapat membantu pada proses pengembangan usaha tersebut.

8. Variabel *business creativity* dapat memediasi secara positif dan signifikan variabel *digital marketing* terhadap pengembangan UMKM. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa *business creativity* secara tidak langsung memberikan pengaruh pada *digital marketing* terhadap pengembangan UMKM. Hal tersebut dapat terjadi karena *digital marketing* membutuhkan kreativitas dalam pembuatan konten untuk kegiatan pemasarannya agar menarik perhatian konsumen sehingga adanya konten yang kreatif tersebut dapat membantu pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya melalui produk yang dipasarkan secara *online*.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya terdapat beberapa implikasi secara teoritis dan praktis dalam penelitian ini, yaitu:

5.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini menyajikan informasi dan gambaran umum mengenai pengembangan ilmu pengetahuan dibidang *financial technology*, *digital marketing*, dan *business creativity* dalam mengembangkan sebuah usaha. Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pelaku usaha untuk melakukan pengembangan usaha dengan memanfaatkan teknologi keuangan dan pemasaran agar usaha yang dijalankan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Selain itu, hasil dari penelitian

ini juga diharapkan dapat memperluas pengetahuan masyarakat mengenai pentingnya penerapan teknologi dan pengembangan kreativitas sebelum menjalankan usaha sehingga usaha tersebut dapat berkembang dan bertahan di pasar global menghadapi berbagai produk baru yang berasal dari luar negeri.

5.2.2 Implikasi Praktis

Penelitian mengenai pengembangan UMKM yang berdasarkan pada teknologi dan kreativitas ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha untuk mengidentifikasi faktor – faktor yang dapat mengembangkan usaha agar lebih adaptif dengan teknologi, seperti pemanfaatan *financial technology* dalam pengembangan UMKM dapat mempermudah kegiatan transaksi antara pelaku UMKM dengan konsumen, penggunaan *digital marketing* dalam sistem pemasaran dapat membantu pelaku UMKM untuk memperkenalkan produknya dengan jangkauan pasar yang lebih luas, dan pengembangan kreativitas usaha yang direalisasikan pada produk UMKM dapat memberikan keunikan atau ciri khas pada suatu usaha sehingga apabila faktor – faktor tersebut dapat diterapkan maka pengembangan usaha berbasis teknologi dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan pendapatannya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada proses penyusunan penelitian, peneliti menyadari bahwa masih banyak kelemahan dalam penelitian ini, baik dari segi penulisan kalimat maupun perolehan data yang digunakan dalam penelitian. Berikut ini merupakan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Akses informasi mengenai jumlah statistik pelaku UMKM, khususnya pada wilayah DKI Jakarta yang berada pada sektor ekonomi kreatif tidak terbuka secara umum sehingga data ini harus diperoleh dengan mengajukan permohonan publik kepada lembaga terkait untuk mendapatkan data yang sebenarnya.
2. Populasi penelitian ini hanya merujuk secara luas pada wilayah DKI Jakarta dan tidak terpusat pada satu wilayah yang lebih spesifik sehingga perolehan jawaban dari responden belum bisa sepenuhnya bisa menggambarkan keadaan sebenarnya pada satu titik wilayah yang spesifik.
3. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini hanya terdiri tiga variabel, yaitu *financial technology*, *digital marketing*, dan *business creativity* dalam mengukur variabel pengembangan UMKM sehingga variabel lain yang mempengaruhi pengembangan UMKM tidak dapat dijelaskan secara rinci dalam penelitian ini.
4. Berdasarkan hasil dari penelitian ini terdapat penolakan hipotesis pada salah satu variabel terikat terhadap variabel bebas sehingga hasil penelitian tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat pada awal penelitian.
5. Terbatasnya penelitian mengenai pengaruh *financial technology* terhadap *digital marketing* dan sebaliknya sehingga teori pendukung dalam mengenai hubungan antar variabel tersebut masih terbilang sedikit dan bersifat implisit.

6. Terbatasnya penelitian terdahulu yang menggunakan variabel mediasi *business creativity* untuk menguji pengaruh antara *financial technology* dan *digital marketing* terhadap pengembangan UMKM.
7. Terdapat data responden yang harus dieliminasi karena tidak sesuai dengan data yang dibutuhkan oleh peneliti.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil dan keterbatasan penelitian dalam penelitian ini terdapat beberapa rekomendasi bagi penelitian di waktu yang akan datang, khususnya bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian mengenai pengembangan UMKM, yaitu:

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan agar peneliti dapat langsung mengajukan permohonan publik kepada Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) di wilayah yang dijadikan tujuan penelitian untuk mendapatkan data statistik jumlah pelaku UMKM secara spesifik apabila data statistik tidak ditampilkan secara publik untuk dapat mempersingkat waktu dalam perolehan data.
2. Pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat menggunakan jangkauan wilayah UMKM yang lebih spesifik sehingga data yang diperoleh dapat lebih eksplisit dan mengelaborasi situasi di satu wilayah.
3. Pada penelitian selanjutnya disarankan peneliti menambahkan variabel terikat mengenai pengaruh faktor pengembangan UMKM sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih rinci terhadap pengaruh pengembangan UMKM.

4. Bagi peneliti selanjutnya apabila ingin menggunakan variabel *business creativity* sebagai variabel terikat disarankan menggunakan indikator atau butir pernyataan yang lebih spesifik yang menggambarkan pengaruh langsung antara variabel *business creativity* dan pengembangan UMKM.
5. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menguji variabel *financial technology* terhadap *digital marketing* dan sebaliknya dengan pengujian selain dua pengaruh variabel tersebut karena masih sedikit penelitian yang membahas tentang pengaruh langsung dua variabel ini. Peneliti dapat menggunakan variabel *financial literacy* sebagai pengganti dari variabel *digital marketing* untuk memperoleh teori pendukung penelitian yang lebih memadai.
6. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel mediasi lain selain variabel *business creativity* untuk menguji pengaruh antara *financial technology* dan *digital marketing* terhadap pengembangan UMKM karena masih sangat sedikit penelitian yang membahas mengenai mediasi tersebut. Peneliti dapat menggunakan variabel inklusi keuangan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing sebagai pengganti dari variabel mediasi untuk mendapatkan teori pendukung penelitian yang lebih memadai.
7. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk membuat butir pernyataan dengan bahasa dan perpaduan kalimat yang mudah dimengerti oleh

responden sehingga responden yang membaca dapat langsung memahami makna dari butir pernyataan tersebut.

